

ECo-C®

European communication certificate®

www.eco-c.eu

ECo-C İntComm Öğrenim hedefleri 1.2



İntComm // uluslararası İletişim | Diversity

ECo-C İntComm / İntComm IT **Kültürlerarası ECo-C İntComm /İntComm IT öğrenim hedefleri**

ECo-C İntComm yardımıyla hem kişisel hemde genel iletişim bilginizi, iş dünyasına uyacak şekilde geliştirmek mümkün. Ayrıca İntComm IT yardımı ile öğrenilen bilgileri ECo-C İntComm veya İntComm İT Sertifikası ile belgeleyebilirsiniz.

Bilgi alanları

Eco-C Uluslararası Eğitim Standartlarına uygun iletişim bilgilerine sahipsiniz. Ayrıca bu konu üzerine kurulan teori ve prensipleri tanıyorsunuz. Bunun dışında “diversity” denilen türkçe anlamı çeşitlilik olan genel iletişimdeki önemini biliyorsunuz.

ECo-C İntComm İT Listelenen Bilgilere sahipsiniz: Bilgi teknolojisi – yani Bilgisayar aracılığı ile iletişim - Bilgisayar Kullanımı – Bilgisayarda kelime işlemi – çeşitli konuların sunumu – İnternet aracılığı ile iletişim – İnternette Görüntülü konuşma

Beceriler

Genel iletişim bilginizi geliştirdiniz ve hem bilginiz hemde yenilikçi görüşerinizle beklentilerinizi kolaylıkla çözüyorsunuz.

Yetki alanları

Yukarıda sayılan bilgi ve becerilere sahipsiniz ve iş dünyasına yönetici veya projelerde önemli kararlar alabilen kişiliğe sahipsiniz.

Derslerin tamamlanması

ECo-C İntComm Testi

En az %80 olumlu sonuç alınması gereken bilgi ve uygulamaya sınavı.

Bilgi sınavı: Bilgisayar üzerinden 45 dakika içinde 30 soru cevaplanması gerekiyor. Uygulama sınavı: 75 dakika içinde seçilen bir projenin sunumu ve diğer proje sunumlarının değerlendirilmesi gerekiyor.

İntComm İT Ek sınavı: Bilgisayar kullanımı, Bilgisayarda kelime işlemi, Proje sunum programı, E-posta programı

Yetkiler

IPKeurope bu belgeleri özenle hazırlamıştır, ancak bu belgelerin içeriği dolayısıyla oluşan yanlışlar ve her hangi oluşan hasardan sorumlu değildir. Şüphe durumunda www.eco-c.eu sayfasında yayınlanan IPKeurope versiyonu geçerlidir.

Telif Hakları

tamamı ile IPKeurope KAİPO'ya aittir. Sene 2012 – 2020. Bu belgeler istisnasız IPKeurope Eco-C ile ilişik kullanılabilir.

Bu belgeler Cinsiyet eşitliğine özen gösterilerek hazırlanmıştır.

ECo-C Öğrenim hedefleri 1.2

İçindekiler

4

Daha fazla Yetki – daha az rakip - O. Univ. Prof. Dr. Thomas A. Bauer
IPKurope bilimsel danışma kurulu başkanı

5

ECo-C uluslar arası eğitim standartları insanların iletişimini geliştirir ve iş yerleri
arasındak rekabeti güçlendirir. - Prof. Leopold Kaiblinger
ECo-C kurum başkanı

6

Başarımın BİR NUMARALI faktörü – Ekonominin merkezinde tamamı ile
İNSANLAR olmalı! Dr. Christoph Leitl, Avusturya ticaret odası başkanı

ECo-C İntComm / ECo-C İntComm IT Öğrenim hedefleri 1.2

38

ECo-C İntComm Diversity

O.Uni.Prof. Dr. Thomas A.Bauer

IPKeurope bilimsel danışma kurulu başkanı

Daha fazla Yetki – daha az rakip



Günümüzdeki toplumsal ve ekonomik gelişim kaçınılmaz olduğu gibi, iş dünyasında çok büyük değişimler oldu. Artık iş alanların uzmanlık alanları ve iş hayatındaki profesyonellikleri sadece sonunda oluşan kalite-

li bir ürün ile ölçülmüyor. Bu ürünün nasıl tanıtıldığı ve pazarlandığıda artık önemli bir faktör.

Kalite yalnız ürünün nasıl olduğu ile ölçülmüyor, çünkü günümüzdeki yoğun bilgi alışverişi dolayısı ile, bu ürünü kim üretti veya bu ürünü üreten kişi hangi yetkilere sahip, gibi sorular ile karşı karşıyayız.

Genelde kişilerin aldıkları üründen beklentileri estetik ve etik olmasıdır: İndandırıcılık, güven, uyum, istikrar, dirençlilik, kanıtlayıcı, dayanıklılık, kişisel algı, esneklik vs, gibi şeyler insanlarda bulunabilecek özellikler ve yetkilidir. İş yerleri, yöneticiler ve çalışanlar bu yetkileri pazarladıkları ürün veya hizmetlerin bir parçası olarak görüyor. İletişim, anlaşmazlıkları çözme yöntemleri, ekip çalışması ve self-marketing gibi önemli sosyal yetenekler iş verenlerin çalışanlarından beledikleri şeyler ve bunlara sahip olan iş yerleri ürün veya hizmetlerinin kalitesini daha yüksek olduğunun görüşündeler.

Zaman ilerledikçe, aradaki mesafeler, sınırlar ve engeller yavaş yavaş yok olmaya başlıyor. “Soft skills” diye adlandırılan sosyal yetenekler vs. ticaret yapanlar arasında rekabet oluşmasını saplıyor.

Çünkü gittikçe daha büyük önem kazanan “soft skills”ler bir şirkette varsa, diğeri bunun altında kalmak istemez.

ECo-C bu konuda bilimsel desteğe sahiptir. Amaç iletişim yetkisi ve kişisel davranışları standardize etmek değildir, Amaç kişileri bu önemli faktörlerin kendi sosyal çevreleri ve iş hayatları için büyük önem taşıdığına dahi bilinçlendirmek. Ayrıca kişiliği geliştirmenin faydaları ve her kişinin kendine göre ayrı bir özelliği olduğunu belirtmek.

Thomas A. Bauer, Dr. phil, Dipl. theol., O. Univ. Prof. Görsel-işitsel habercilik yöneticisi, Medya kültür, Yayıncılık enstitüsü viyana üniversitesi medya- ve iletişim eğitimi, Viyana Üniversitesinde Felsefe ve teoloji bölümün, Salzburg üniversitesinde iletişim bilimleri bölümünü ve iletişim öğretmenliği bölümünü zürich,graz’da bitirmiştir. Ayrıca misafir-profesör olarak Sao Paulo, Beijing, Shanghai, Mari-bor ve İstanbulu ziyaret etmiştir. IPKeurope bilimsel danışma kurulu başkanıdır.

Prof. Leopold Kaiblinger

ECo-C kurum başkanı

ECo-C uluslar arası eğitim standartları insanların iletişimini geliştirir ve iş yerleri arasındaki rekabeti güçlendirir.



Toplumumuzun ve iş dünyasının insanlardan ve teknolojiden büyük beklentileri var. Okul eğitimi haricinde kişilerin bir ömür boyu kendilerini geliştirmeleri talep ediliyor. Tıpkı bir bilgisayarın işletim sistemi gibi, bizlerinde "up to date", yani her zaman güncel hayatta olup bitenden haberdar olmamız isteniyor. İletişim sosyal ve toplumsal dünyanın işletim sistemidir. Gerek sözlü gerekse sözsüz iletişim üzerinden düşüncelerimizi dış dünyaya aktarabiliyoruz. Bunun sonucunda, ki herkes bunu elbet yaşamıştır, iş hayatında bazen yanlış anlaşılmalara ve tartışmalara kaçınılmaz

oluyor. MiK araştırmasına göre, bir takım iletişim teknikleri ve methodları uygulandığı zaman, bu yanlış anlaşılmaların yüksek derecede azaldığını ve bu takım sorunlara harcanmayan zaman, gelişim ve çalışanların verimliliğini artırmaya harcanabildiğini belirtiyor.

ECo-C uluslar arası kariyer programı, kişiler arası iletişimini yaşamın her evresinde geliştirilmesini ve kalite garantili eğitim standartlarını desteklemektedir.

Prof. Leopold Kaiblinger
ECo-C kurum başkanı

Dr. Christoph Leitl

Avusturya ticaret odası başkanı

Başarının BİR NUMARALI faktörü – Ekonominin merkezinde tamamı ile İNSANLAR olmalı!



Avusturya'yı avrupa birliği içinde sadece çevresi ve yaşam koşullarının cazip olması değil, aynı zamanda yüksek eğitilmiş çalışanları, sanayisi ve ticareti, turizm, eğitim koşulları, sağlık sistemi ve hem spor, hemde kültür için dünya çapında

6 | ödüllendirilmiş kişileri avusturya'yı önde giden ülkelerden biri yapıyor. Sosyal sükunet ve çalışanların yetenekleri tüm dünya piyasasında aranan faktörlerden bir kaç tanesi.

Fakat sadece yüksek bir eğitim görmek günümüzde yeterli olmuyor. Ömür boyu yeni şeyler öğrenmek ve kendini geliştirmek hem özel hemde iş hayatı için artık kaçınılmaz. Özellikle ekonomi sektöründe çalışanlardan gerek meslekdaşları gerekse müşterileri ile iletişim kurma ve sorunları doğru şekilde çözebilme yetkisi bekleniyor.

Bu sebepten dolayı çoğu firmalar “krizleri bir şans” olarak görmeye başlamış durumdalar. Şirketler uzun senelik çalışanlarına kendilerini ilertletmek için imkanlar sunmakta. Bunun dışında iş bulma servisi yeni program ve projelerle iş arayanlara kolaylık sağlamaktadır. Bilgi çağında bir bilgisayar kullanmak ne kadar önemli ise, kişiliği ve sosyalliği’de aynı şekilde geliştirmek git-tikçe daha büyük önem kazanıyor – benim kuruluşum içinde!

ECo-C tüm avrupada geçerli olan sertifikası ile avusturyada çok destek ve ilgi görmektedir. Özellikle uluslar arası ticaret yapan iş yerleri bu çok değerli eğitim imkanı, tüm alanlarda kullanılabilir. Nitekin ekonomi dünyasında herşeyden önemli olan insanın kendisidir – bir yönetici, bir işçi, bir müşteri veya bir ortak – bir farkı olmadan.

Ülkemizin dahada hızlı gelişmesi dileklerimiz ile, başarılar!

ECo-C İntComm İletişim

“İletişim kurmamak mümkün değildir” (Paul Watzlawick)



İletişim Çağına hoşgeldiniz!

SMS, E-Mail vs. derken günümüzde iletişim kurmak gittikçe kolaylaşıp hızlanıyor. Her gün çok büyük miktarda bilgiler alıyoruz ve başkalarına vakit ayırmaya zaman kalmıyor. Hayatımız gittikçe daha stresli geçiyor ve etkin dinleme uygulamak imkansızlaşıyor. Bu yanlış anlaşılmalara sebep oluyor. “Birbirimiz ile konuşmak” günümüzde zorlaşıyor.

ECo-C İntComm Sertifikası ile hem iş hayatınızdaki hemde özel yaşantınızdaki iletişim yeteneklerinizi belgeleyebilirsiniz.

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
Temel İletişim	İletişim Teorisi (Paul Watzlawick tarafından geliştirilmiştir)	Paul Watzlawick tarafından geliştirilen İletişim Teorisini tanıyor ve hiç bir şekilde İletişim kurmamanın mümkün olmadığını biliyorsunuz
	Gönderici Kişi – Alıcı Kişi Modeli	İletişim sürecinde Gönderici Kişi ve Alıcı Kişinin önemini biliyorsunuz
	İletişim Akışı	İletişim Akışını (Amaç/Niyet-Çeviri-Transmilyon-Karşılama-Çeviri-Anlayış) tanıyor ve hem Gönderici Kişinin hemde Alıcı Kişinin bu Akışta aynoy derecede sorumlu olduğunu biliyorsunuz.manin mümkün olmadığını biliyorsunuz
İletişim Türleri	İletişim Türlerinin farkları	Aşağıdaki İletişim Türlerini tanıyor ve hem önemlerini hemde farklarını biliyorsunuz(kişilerarası İletişim, sözlü ve sözsüz iletişim, görsel iletişim, bilgisayar aracılığı ile kurulan iletişim, grup içi iletişim, kitle içi iletişim ve Telekomünikasyon)
Sözsüz İletişim / Vücut dili	Bir Bakış, 1000 kelimeye bedeldir (Mehrabian-Araştırması)	Vücut dilinin karşımızdaki kişiye doğrudan doğruya ulaştığını biliyor ve karşımızdaki kişiye söylenen Sözlerden daha etkin biçimde ulaştığını anlıyorsunuz. Mehrabien Araştırmasına göre kişilerarası İletişimde 7% İçerik ve 93% vücut dili olarak biliniyor. Vücut dili tekrar %38 ses, ses tonu, kasıt ve %55 sözsüz İletişim yani vücut dili sinyallerine bölünmektedir
	Eşlesik İletişim / Eşleşik olmayan İletişim	Kişilerarası İletişimin başarılı bir şekilde gelişmesi için, Açıklamalarımızın ve vücut dilimizin birbirleri ile örtüşmesi gerektiğinin önemini ve anlamını biliyorsunuz.

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Vücüt dilini etkileyen faktörler

Vücüt dilimii etkileyen faktörlerini tanıyorsunuz (kültür farkı, profesyonel ve özel hayat, kişilerin cinsiyeti ve eğitim farkı, vs.)

Vücüt dilinin önemli ayrıntıları

Vücüt dilimii etkileyen faktörlerini tanıyorsunuz (kültür farkı, profesyonel ve özel hayat, kişilerin cinsiyeti ve eğitim farkı, vs.)

Beden duruşu

İlk tanışma anında saniyeler içinde gelişen izlenimler, beden duruşu ve beden dili sinyallerine bakarak gerçekleşir. Fakat bunlar kesinlikle doğru olmak zorunda değildir, sadece bir tahmindir.

Mimikler ve jestler

Mimikler ve Jestler göz teması, bakış yönü veya başımızı ne tarafa doğru çevirdiğimiz vs. gibi sinyallerden oluşur.

Göz teması

Doğru ölçüde göz teması kurmak, karşımızdaki kişide ilgi uyandırır ve bize güvenmesini sağlar – aşırı derecede göz teması bazı kişilere ters tepki yapabilir.

Giyim

Kıyafetlerimizin en az beden dili kadar önemli olduğunu ve tarzımızı vs. temsil ettiğini biliyorsunuz.

Kişiler arası mesafe

Kişisel, sosyal, mahrem/özel ve genel mesafenin anlam ve beden dili için önemini biliyorsunuz. Bu mesafelere meslekleri dolayısı ile giren kişilerin bunu yapmasından rahatsızlık duymayız.

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
İletişim Model-leri	„Eisberg Modeli“ (Buzdağı Model)	Bu Konuyu işledikten sonra, Eisberg Modeli yardımıyla duygusal ve rasyonel İletişimi ve ayrıca Nesnel düzeydeki İlişkileri duygusal düzeydeki İlişikilerden ayırdebiliyorsunuz.
	„Haberin 4 düzeyli Kareresi“ (Friedemann Schulz von Thun tarafından araştırılmıştır)	Bu Modelin anlam ve açıklamasını biliyor ve her 4 düzeyide tanıyorsunuz (konu içeriği, duygusal bağlantı, çağrı, kişisel bilgiler vermek) Bu Bilgilerinizi özellikle Anlaşmazlık olan konularda kullanabiliyorsunuz.
	Konu İçeriği:	Sadece konu içeriğine dahil bilgi verir.
	Duygusal bağlantı:	Karşımdaki kişi hakkında ne düşünüyorum veya karşımdaki kişinin ne yapmasını bekliyorum.
	Çağrı / kişisel bilgi vermek:	Karşımdaki kişi hakkında ne düşünüyorum veya karşımdaki kişinin ne yapmasını bekliyorum.
	Sözsüz sinyaller 3 düzeye ayrılır (Friedemann Schulz von Thun):	Kişisel bilgi vermek, Duygusal bağlantı, Çağrı <input type="checkbox"/> Kişisel bilgi vermek <input type="checkbox"/> Duygusal bağlantı: <input type="checkbox"/> Çağrı
	„4 Kulakla duymak“ Friedemann Schulz v. Thun tarafından araştırılmıştır	İletişim süresince oluşan anlaşmazlıkları bu Modelle çözebilir ve karşımdaki kişiyi daha iyi anlayabilirsiniz.
Konu İçeriğini duyan kulağımız:	Bir duygusal bağlantı olmadan, konu içeriğini duymak	

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
	Duygusal bağlantı olduğu zaman duyacağımız:	karşımdaki kişi benim hakkında ne düşünüyor veya benim nasıl bir kişi olduğumu sanıyor, diye düşünürüz.
	Kişisel bilgi vermek (Selbstkundgabe):	Karşımızdaki insan hakkında ne düşünüyoruz ve nasıl bir kişi olduğunu tahmin ediyoruz.
	Çağrı	Karşımdaki kişi ne düşünmemi veya ne yapmamı istiyor.
İçimizdeki Kişilikler	Kişisel sorunları çözme Modeli (Friedemann Schulz v.Thun tarafından araştırılmıştır)	Her kişinin içinde değişik kişilikler olduğunu ve bunların toplamda kendi kişiliğimizi oluşturduğunu biliyorsunuz.
	„içimizdeki sesler“	Her kişinin zaman zaman içinden gelen sesler, kişiliğimizin bir parçası olduğunu biliyorsunuz.
	En çok bilinen „içimizdeki roller“	Kişinin karakterine göre değişen roller olduğunu biliyorsunuz (Yapıcı, Mükemmeliyetçi, Uzman, Öncü, Gözlemci, Koordinatör, Ekipçi, Dönüştürücü)
Yanlış anlama / anlaşmazlıkları önleme:	Doğru İletişim için tavsiyeler	Her iletişim sırasında yanlış anlaşılma veya anlaşmazlık olabileceğini biliyor ve bunları nasıl önleyeceğinizi biliyorsunuz.
	Vücut diline dikkat	Vücut dili sinyallerinin önemini biliyor ve siz konuşmasanız bile vücut diliyle sinyaller gönderdiğinizi biliyorsunuz.
	„Bulmaca“ gibi konuşmayın	Daha açıklayıcı ve anlatıcı bir dil kullanarak, karşınzdaki insanın sizi daha kolay anlamasını sağlayabilirsiniz.

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
	Açıkca konuşun	Ne kadar açık sözlü ve doğrudan doğruya İletişim kurarsanız, karşınızdaki kişi sizi o kadar rahat şekilde anlar.
	Önemli konuları vurgulamak	İletişim sırasında üstünde durmak istediğiniz konuları hem ses tonunuzla hemde Mimik ve hareketlerinizle vurgulayabilirsiniz.
	Önemli konuları tekrarlamak	Sizin için önemli bir konuyu tekrarladığınız takdirde, karşınızdaki kişi sizin için önemli olduğunu daha kolay anlar ve aklında tutar.
12	„Aktif dinlemek“	Aktif dinlemenin anlamını, karşınızdaki kişiyi dikkatli şekilde dinlemenin avantajlarını biliyorsunuz. Ayrıca aklınızda daha çok bilgi kalır, yanlış anlaşmazlıklar azalır ve karşınızdaki kişiyle ilgilendiğinizi gösterir.
	„Interpunktion“un önemi	Yorumlamanın „3 düzeyini“ (Algılamak – Yorumlamak – Cevap vermek) ve bunlar İletişim için önemlerini biliyorsunuz.
	Yorumlamaya dikkat	Yorumlamanın „3 düzeyini“ (Algılamak – Yorumlamak – Cevap vermek) ve bunlar İletişim için önemlerini biliyorsunuz.
	Eşleşik İletişim	Söylediğimiz sözlerin vücut dilimizle örtüşmesinin önemini biliyor ve yanlış anlama ihtimalinin azaldığını biliyorsunuz.
	„Ben-İletileri“ kullanın	Kendinizden yola çıkarak, „Ben“ ile başlayan cümleler kurmaya özen gösterin.
	„Meta-İletişim“	Açıklaması: İletişim üzerinde İletişim demektir. Bunun önemini tanıyor ve bazen kişilerin görüşlerini değiştirdiğini biliyorsunuz.

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Tepki verirken uyacağımız kurallar

Tepki verirken uyacağımız kurallar

Karşınızdaki kişiye tepki veya düşüncelerinizi belirtirken önemli olan bir kaç kuralı tanıyorsunuz:

- n Kişiye özel, genelleme yapmada
- n Davranışsal, duygusal değil
- n Takdir ederek, küçümsemeden
- n Sonraya bırakmadan, hemen
- n Gerçekci, hayali değil
- n Tepki vermenizi istemeyen kişiyi zorlamayın

Önemli kurallar

Tepki verme alma kuralları

Tepki vermek:

- n Sadece görüşlerinizi duymak isteyen kişiyi seçin
- n Olabildiğince açık ve net konuşun
- n Analiz etmeyin
- n Gerçekci olun
- n Sadece Algıladıklarınızdan bahsedin

Tepki almak:

- n Karşınızdakine söz hakkı verin
- n Ses tonunuza dikkat edin
- n Eleştirilere positif bakın
- n Kendinizi haklı çıkarmaya çalışmayın
- n Gerekirse tek kişiden değil, daha fazla kişinin reaksiyonunu bekleyen

Verilen tepkileri doğru algılamak

Verilen her tepkiyi pozitif karşılayın. Benim hakkımda ne düşünüyorsunuz? veya Ben neleri yanlış yapıyorum? diye düşünmeyin. Gelen her tepkiyi bir şans ve tavsiye olarak görün. Gelecek olan tepkilerden korkmayın, size getireceği avantajları düşünün.

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
tepkiden öğrenmek	Verilen tepkilerin avantajları:	Kendinizi nasıl görüyorsunuz, karşınızdakiler sizi nasıl görüyor? Bu sorunun cevabını ancak kişilerin size tepki vermesine izin verirseniz öğrenirsiniz.
Soru Teknikleri:	Temeller	Soru Teknikleri ile bahsedilen konuları siz yönlendirebilirsiniz. Karşınızdaki kişiye sorduğunuz soru, onunla hangi konu üzerinde konuşmak istediğinizi belirtir ve Soru Teknikleri İletişim için çok büyük önem taşır.
	„Açık / kapalı“ sorular:	Bu iki soru sorma şeklinin farklarını biliyorsunuz. Açık sorular genelde daha çok cevap imkanları verir (misal: kim? Nerde? Ne zaman? Nasıl? Vs.) Kapalı sorulara genelde evet veya hayır diye cevap verilir.
	Hangi Soru Teknikleri vardır:	Değişik Soru Teknikleri kullanarak, karşınızdaki kişiyi yönlendirirsiniz (Bilgi alma soruları, Karar alma soruları, Alternatif veren sorular, İmalı Sorular, retotahrik Sorular...)

Eco-C İntComm Self-marketing

"İlk izlenim için, ikinci bir şans yoktur!" (J.W.Goethe)v



İlk izlenimin önemi

Yeni birisi ile tanıştığımız anda karşımızdaki kişi hakkında saniyeler içinde ilk izlenim oluşur. Bu izlenimin 60%ı kişinin dış görünüşü hakkında oluştururuz. Kişinin kariyeri, eğitimi ve yetkinliği ne kadar yüksek olursa olsun, ilk izlenimden sonra kişi hakkında fikirlerimizi değiştirmemiz çok güçtür.

Başarı + bilgi x self-marketing

Self-marketing modülü kendi promosyonunuzu yapmak için çok faydalı bilgiler verir. Kendi güçlü noktalarınızı ve yeteneklerinizi bulmanın ve kendinizi yeni bir imaj çizmenin ama aynı zamanda otantik ve uyumlu kalmanın, bu modülde püf noktaları bulacaksınız.

ECo-C İntComm sertifikası ile, hem iş hayatındaki hemde özel yaşamınızdaki sosyal yeteneklerinizi belgeleyebilirsiniz.

ECo-C İntComm

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

**Self-Pazarlama
Stratejisi**Planlama aşaması ve uy-
gulama aşamasıSelf Pazarlama yapmak için her kişinin
önce kendine göre bir strajisi olması ge-
reklidir

- ☐ Teklif hazırlamak
- ☐ Piyasayı / Cevreyı / Talepleri incelemek
- ☐ Rakipleri analiz etmek
- ☐ Kendini en iyilerle kıyaslamak
- ☐ Kendine bir hedef secmek
- ☐ Zamanlama önemlidir
- ☐ Hedef kitlesini belirlemek
- ☐ Konumlandırmaya dikkat
- ☐ Hedef kitlesinin ihtiyaçlarını belirleyin
- ☐ USP analiz edin
- ☐ Reason why / hedef kitlem neden beni seçsin, rakibimde olmayan avantaj bende varmı, alanımda uzmanmiyim vs.
- ☐ Argümanlar – Stratejisi kurun
- ☐ Corporate-Design a dikkat (kendimi nasıl tanıtaçığım)
- ☐ İş kurumumda bana ne tür avantaj kazandırır (bilgisayarda networking vs.)
Sürekli Kalite kontrol ve çıkan sorun veya hataların bir an önce çözümlenmesi ve engellenmesi gerekir

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
Self-Pazarlama için tavsiyeler	Tavsiye ve öneriler	Aşağıdaki önerileri göze alıp uyguluyorsunuz:
	Doğru bakış açısı	Kendinizi veya pazarlamak istediğiniz ürünü tanıtırken olaya pozitif bir yaklaşım çok önemlidir. Yeteneklerinizde dikkat çekip, sadece tutabileceğiniz sözler verin. İşinizde motivasyon, heyecan ve coşkuyu kaybetmeyin. Otantik davranışlarınız ve karşınızdaki kişilere açık görüşlü olun.
	Hedef belirleyin	Kendinize gerçekçi ve ölçülebilir hedefler seçin. O hedefleri takip ederken, hem Motivasyon hemde Azim önemlidir. Hedef belirlemeden çalışmak çok yorucu olabilir ve hayal kırıklıkları oluşabilir.
	Strateji belirleyin	Bir ürününüzü pazarlamadan önce, Self-Pazarlama yapmanız gerekir. Rakiplerinizi analiz edin, onlardan olan eksikleri kendinize avantaj sayın. Size özgün yeteneklerden faydalanın ve doğru iletişim kurarak başarılı Self Pazarlama uygulayın.
	Sanşları kaçırmamak	Düzenli olarak Toplantılar düzenleyin, veya Toplantılara katılın. Aktif dinleme uygulayın. Böylece kuracağınız yeni Bağlantılar ve İlişkiler sağlıklı bir şekilde yürür.
	Girişim gösterin	Her iş yerinde zaman zaman yenilikler olur. Bunların gerçekleşmesi için, girişim ve açık görüşlülük önemlidir. Bu Konuda yardımcı olacak Self-analize-soruları (Olduğum yerden memnun muyun? Vs..) bir tavsiyedir.

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
	Kişiliğinizi koruyun	Her insanın kendine has kişiliği vardır. Bu Self-Pazarlama için önemlidir ve sizin farkınızı ortaya çıkarır.
	Kendinizi doğru tanımak	Kendinizi nasıl görüyorsunuz – başkaları sizi nasıl görüyor) Kendinizi ne kadar iyi tanıyorsanız, o kadar iyi yansıtırsınız. Self-analiz-soruları (Kendimi ne kadar iyi tanıyorum? Başkaları beni nasıl tanıyor? Beni nasıl tarif ederler? Vs.) size bu konuda yardımcı olacaktır.
	Eleştirilere açık olun	Hata veya yanlışlar olunca kabullenip onları düzelmek için çabalyorsunuz. Self-analiz-Soruları (Bir hata yaptığım anda, nasıl davranmalıyım? Vs..) bu konuda yardımcı olabilir.
	Otantik olmak	Söylediğinin arkasında duran ama aynı zamanda hatalarını kabul edebilen bir kişiliği sahip olmak bir avantajdır. Yeteneklerinizi doğru şekilde sergileyin.
	Söylediğinizin arkasında durun	Düşüncelerinizi dürüst ve açık söylemek ve karşınızdaki kişininde görüşlerine saygı göstermek önemlidir.
	Kendinize güvenin	Başkasının size güvenmesi için, önce sizin kendinize güvenmeniz gerekir.
	Yeteneklerinizi sergileyin	Yeteneğiniz her ne olursa olsun (Bilgi, İlgi, taahüt veya kendine güven vs.) sergileyin.
	Sorumluluk alın	Hatalarınızı kabullenmeli ve karakterinize uygun şekilde davranış sergileyerek sorumluluk alın.

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Güçlü noktanızı , zayıf noktanıza karşı kullanın

Her insan bir zayıf noktası vardı. Bunu bulun ve kendinizi geliştirin.

Hayata pozitif bakın

Hayata pozitif bir bakış açısı, is hayatınada yansır. Self-analiz-sorulari (Genel olarak mutlu muyum? İnsanları neşelendirebiliyormuyum? çok mu karamsarım? Sorunlarımı nasıl çözüyorum? Vs.) bu konuda yardımcı olabilir.

Sosyal ve anlayışlı olun

Karşınızdaki kişinin size nasıl davranmasını isterseniz, sizde ona öyle davranın. Bu Konuda Ekip ruhu, saygı, anlayış, açık görürlülük, pozitif düşünme çok önemlidir. Karşınızdaki kişiye karşı saygı ve anlayışınızı kaybetmeyin.

Emeğe saygı gösterin

Karşınızdaki kişinin emeğine mutlaka saygı gösterin. Self-analiz-soruları (benden daha başarılı kişilere nasıl davranıyorum? Vs.) bu konuda yardımcı olabilir.

Yeni fikir üretin

Yenilikçi olmak için mutlaka yeni fikirler üretmek gerekir. Açık görüşlü olup yeni fikirlere açık olmak faydalıdır.

Önyargılı davranmayın

„hayır“ da demeyi öğrenmelisiniz

Saygılı bir şekilde sınır çizin

Suçlu aramadan, bir soruna çözüm bulmak ve ileriye bakmak önemlidir.

Sorunlar büyümeden çözüm bulun

Ömür boyu yeni şeyler öğrenmek mümkündür. Kendi Eğitiminizi ilerletip (kurs, edebiyat, internet vs.) kendi kişiliğinizide geliştirebilirsiniz.

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
	Ufku genişletmek Olaylara bakış açısı önemli	Kendinize düzenli bir Stres azaltma programı bulun ve hayatınızdaki önceliklerden vazgeçmeyin.
	Yeni İlişkiler kurun	Saygı çerçevesi içinde gelişen iş hayatındaki ilişki ve dostluklar önemlidir.
	Saygılı ver görgülü davranın	Karşınızdaki kişiye karşı saygılı ve görgülü davranın, selam verip almak vs. gibi şeyler çok önemlidir.
	Giyiminize dikkat edin	İlk karşılaşma için ikinci bir şans yoktur. Giyiminize özen gösterin ve kendi stilinize özgün ama ortama uygun kıyafetler seçin.
Yaratıcı teknikler ve çözümler bulma yolları	„Brainstorming“	„Brainstorming“ yöntemini uygulayabiliyorsunuz.
	„Brainstorming kuralları“	En önemli „Brainstorming“ kurallarını tanıyorsunuz. 1. Asama: Fikir üretimi (bütün fikirlere açıksınız, ne kadar çok iyi/kötü fikir üretilirse o kadar iyi, eleştirme yasaktır, fikir sahipliği yapmak yasaktır. 2.Asama: Değerlendirme
	„Mind Mapping“	(Tony Buzan tarafından geliştirilmiştir) „Mind Maps“ bir „hafıza haritası“ olduğunu biliyor ve özellikle pazarlama alanında kullandığını biliyorsunuz.

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Sahne sizin!

Kendini tanıtmaya veya bir konuyu sunarken dikkat etmeniz gerekenler

sunum yaparken, dikkat etmeniz gereken en önemli şeyleri biliyorsunuz (Plan, hedef kitlesini araştırma, doğru düzenleme, Etkileşim, düzgün konuşma, Mizah, görselleştirme, ihtiyaç varsa sunum kartları, doğallık, edebiyat tavsiyeleri vs.)

Profesyonel bir sunum

Sunumunuzu en profesyonel şekilde yapmak için, dikkat etmeniz nedir biliyorsunuz (hedef seçme, hazırlanma, plan, doğal atmosfer, güzel açılış, düzgün konuşma, mantıklı açıklamalar, otantik olmak, konuşma süresine dikkat.)

Otantik olmak

Kendine özgün bir stiliniz olması sizin için avantajdır.

Düzenleme

Sunumunuzun düzeni çok önemlidir. Ses ve ton ayarlamaları, önemli konuları vurgulamak ve sunum arasında kısa molalar önemlidir.

Multimedya kullanımı

Sunumunuzda Multimedya (Bilgisayar, „Flipchart“, Projeksiyon aleti, sunum kartları vs...) kullanmanız önemlidir.

Sunumunuzu görselleştirme

Anlatması zor olan konuları görselleştirerek (film, diyagramm, cetvel vs..) daha rahat anlatabilirsiniz.

Sunum kartı kullanımı

Sunum kartlarını düzenleyip, numaralandırıp size sunum süresince yardımcı olmasını sağlayabilirsiniz. Kartlarınızın bir sayfanın 1/3 olmasına dikkat edin.

Etkileşim

Seyircilerinizle (sorular sorarak vs..) irtibata geçebilirsiniz.

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
Retorik/ konuşma sanatı	Hazırlanma	Konuşma sanatı için önem vermeniz konuları biliyorsunuz (sesi doğru kullanma, önemli şeyleri vurgulama, anlatım şekli, konuşma temposu, doğru nefes alıp verme vs..)
	Konuşma sanatı için tavsiyeler	olduğunca konu odaklı konuşmak olduğunca anlaşılır şekilde konuşmak olduğunca rahat ve serbest konuşmak vücut diline dikkat etmek olduğunca seyirciye doğru konuşmak
	Etkin biçimde konuşmak	Etkin biçimde konuşmanın önemini biliyorsunuz (konuyu hazırlanmak, konu hakkında bilgiler edinmek, düzenleme, karşınızdakini dikkatli dinlemek, kendi görüşünü temsil etmek vs..)
	Olası anlaşmazlıklar çıkarsa	Olası zor bir durum veya anlaşmazlıkla karşı karşıya kalırsanız, bu sorunu nasıl çözeceğinizi biliyorsunuz. (karşınızdakine söz hakkı verin, anlayış gösterin, çözüm yolu arayın, sakın kalın, sesinizi yükseltmeyin, kısa bir mola verin, bir hatanız olduysa özür dileyin)
Ustalıkla sunum yapın	Ön koşullar	Sunumunuzu ustalıkla yapmak için gereken koşulları biliyorsunuz (atmosfer ve ışık, sunuma hazırlanmak, kısa molalar vermek, pozitif düşünmek)
	Hedef kitlesini analiz edin	Sunum yapmak için en önemli şey, seyircinin olmasıdır. O yüzden hedef kitlenizin kaç kişiden oluştuğunu, cinsiyet, meslek, yaş ve konuya bakış açısını öğrenin. Ayrıca sizden beklentilere ve kişisel bilgi alanlarını bilmeniz avantajdır.

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Doğru sunum için
kullanacaklarınız

Size yardımcı olacaklar: Sunum kartları, „Flipchart“, PowerPoint, duvar panosu vs.)

Seyirci ile etkinlesme

Seyircinizle irtibat halinde olmanız önemlidir. Seyircinize soru sorma imkanı verecekmisiniz? Sunum sonrası seyircinizin soru sorma şansı olacak mı?

Vücut diline dikkat

Vücut dilinin önemini biliyorsunuz. O yüzden duruşunuza, göz temasına, yüz ifadenize, hareketlerinize, sesinize ve seyirci ile aranızda koyduğunuz mesafeye dikkat etmelisiniz.

Seyircinizle bağlantı kurun

Seyircinizle bir bağlantı kurmak için nelere dikkat edeceğinizi biliyorsunuz (Göz teması, seyirciye doğru dönmek, ortak noktalarınızı belirtmek, görselliğe ve ses tonuna önem verme, ses şiddeti vs..)

Olası soru ve itirazları
görmezden gelmeyin

Sorulan soru veya gelen itirazlara karşı en iyi çözüm kendinizin sunum ve konunuz hakkında geniş çaplı bilgiye sahip olmanızdır.

Kağıt üzerinde belgeler
sunun

Seyircinizi etkilemek için konunuz hakkında belgeler sunabilirsiniz. Bunun için dikkat etmeniz gereken bir kaç şey

- n Okuması kolay olan yazılar
- n Konu başlığına farklı bir renkle dikkat çekin
- n Kısa, net, anlaşılır açıklamalar kullanın.
- n Gerekirse görsel olarak resim kullanabilirsiniz.

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
	Okuma kolaylığını sağlayın	<p>Seyircinin rahatca okuyabileceği belgeler sunun.</p> <ul style="list-style-type: none"> n Yapı (konu başlığı, paragraf) n Multimedya kullanıyorsanız süsüz sade yazılar tercih edin n Yazı boyutuna dikkat edin n Altını çizerek belirttiğiniz konulara dikkat <p>Birbirine uygun dizaynlar kullanın</p>
Sunum ve tanıtımlar için ip uçları	Tavsiye & Öneriler	<ul style="list-style-type: none"> n S specific (belirli) n M messuarable (ölçülebilir) n A attainable (ulaşılabilir) n R realistic (gerçekçi) n T timely (zamanında)
	SMART yöntemi	
	Seyirci / Hedef kitlesine ulaşın	Seyirci veya hedef kitlesini iyi tanıyan bir kişi onların arzu ve isteklerine daha iyi yönelebilir. Kitlenizle ilgili bilmeniz gerekenler yaş, cinsiyet, meslek, ilgi alanları, eğitim, tecrübe ve konunuza karşı her hangi bir önyargı.
	Plan & Yapı	İyi bir sunum için plan ve yapının önemini biliyorsunuz (başlangıç – ana bölümü– son ve ayrıca ana bölüm alt-bölmelere ayrılır) Sunumunuzu bu şekilde hazırlarsanız seyircinizin hafızasında daha kolay kalır.
	Alt yapı	<p>Sunumunuzun alt yapısı önemlidir ve aşağıdaki gibi düzenlenmesi tavsiye edilir:</p> <ul style="list-style-type: none"> n Geçmiş zaman – bugünkü zaman – gelecek zaman n Neden – etki – çözüm n Sorun – neden – çözüm yolları n Kâr – zarar – netice n Geçmiş zamandan bugünkü zamana n Detaydan bütüne n Bütünden detaya

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Yaratıcı yöntemlerle fikir üretimi

„Brainstorming“ ve „Mind Mapping“ hakkında bilgiye sahipsiniz ve kendi sunumunuzda kullanabiliyorsunuz.

Hedef kitlesine avantaj

Bir sunumun hedef kitlesinin ilgisini çekmesi için, sizin sunduğunuz bir konudan avantajlı çıkmaları gerekir.

Duygusalığı ön plana koyun

„Eisberg“ Modelinde gördüğünüz gibi kararlar genelde duygusalca alınır ve „İçimizdeki ses“ önemlidir.

Sunumunuzda dramaturjik olun

Her hikayenin bir başı birde sonu vardır. Sizde sunumunuz için açılıştan sonra seyircilerinizin heyecanını artırın.

Sunumunuzda AIDA Formülünü kullanın

AIDA Formülünü tanıyın ve sunumunuz süresince kullanıyorsunuz

- n A attention (dikkat çekmek)
- n I interest (İlgi çekmek)
- n D desire (arzulamak)
- n A action (harekete geçmek)

Sunumunuz otantik olsun

Herkesin kendine has tarzı vardır. Bunu koruyun ve otantik olun.

Vücut dili çok önemlidir

aşağıdakilere dikkat edin

- n Yetkin ve sempatik olmak
- n Hareketlere dikkat
- n Göz teması önemlidir

Ses ve konuşma sanatı için öneriler

Sesinizi bir „enstrüman“ olarak kullanın
Doğru nefes alıp verme (derin nefes alma)

- n Sesi değişik şekilde kullanma
- n Yavaş ve net konuşma
- n Vurgulamalara dikkat
- n Konuşurken kısa molalar verin

ECo-C İntComm

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Olası İtirazlara doğru cevap:

- İtiraz ve fikir uyuşmazlıklarını normal karşılayın
- Pozitif reaksiyon verin
- Ciddiye alın
- Kendi üzerinize alınmayın
- Sakiniyetinizi koruyun
- Yanlış anlaşılmalara düzeltmek için bir şans olarak görün

Gelen sorulardan korkmayın

Sunum sırasında soruların gelmesi gayet normaldir Seyircinin ilgilendiğini gösterir Seyircilerle bir iletişim kurma şansı Olası yanlış anlamalar oluşmadan ortadan kalkar

Etkileyici bir Son

- Seyircinin hafızasında kalan genelde etkileyici bir sonudur. Aşağıdakilere dikkat edin
- Konuyu tekrardan özetleyin
 - Gelecek için planları açıklayın
 - Konuya uygun anı veya anekdotlar anlatın
 - Gerekirse seyirciler arasında iş dağıtımı yapın
 - Gelecek için düşünce ve isteklerinizi dile getirin
 - Seyircilerinize çağrıda bulunun
 - Sunumu bir neticeye vararak bitirin

Sunumlarınızı karşılaştırmak

- Her yaptığınız sunumu birbiri ile karşılaştırdığınızda, her seferinde daha iyi olduğunu fark edeceksiniz. O yüzden kendiniz için bir takım soruları cevaplayın:
- Yaptığım sunum beğenildi mi?
 - Hedefime ulaştım mı?
 - Sunum akışı istediğim gibi geçti mi?
 - Gecmediyse, neleri değiştirmem gerek?
 - Başlangıç – ana bölüm – son nasıldı?
 - Seyirciler tarafından anlaşmazlık oldu mu?

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Sahne heyecanı

Sahne heyecanını avantaj olarak kullanın

Sahne heyecanının oluşturduğu gerginliği ve konsantrasyonu kendiniz için pozitif bir şekilde kullanabilirsiniz. Doğru nefes alıp verme ve bir tür vücut hareketleri ile kendinizi daha rahat hisseder ve heyecanınızın yatışmasını sağlarsınız.

Doğru Toplantı düzenlemesi

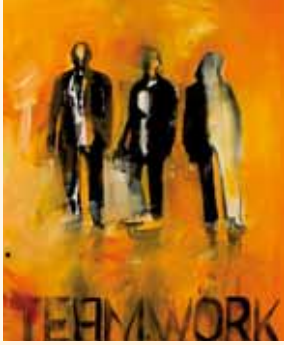
Toplantı Düzenler

Uyulması gereken en önemli toplantı düzenlerini tanıyorsunuz:

- yazılı olarak davet gönderin
- Başlangıç ve bitiş saatlerini belirtin konuları üç ayrı bölüme ayırın bilgilendirme - tartışma - kararlaştırma
- sadece konu ile ilgisi olan kişileri davet edin
- Lazım olan „Flipchart“, dosyalar, kalem-ler, projektör aletini vs. hazırlayın
- toplantıyı yönetecek kişiyi haberdar edin
- toplantı sonuçları tesbit edin
- sonuçları tutanak tutun
- toplantıyı kapatmadan gelecekle ilgili açıklama yapın

ECo-C İntComm Ekip çalışması

“Bir bütün, tüm parçalarından daha büyüktür” (Aristoteles)



Ekip ruhuna sahip misiniz?

Günümüzde çalışanlardan yüksek performans bekleniyor. Bunu sağlayabilmek için tüm işçilerin ekip içinde bir bütün olması gerekiyor. Bunun bütün bir ekibin doğru biçimde uygulaması için, temel ekip çalışması kurallarına uymaları gerekir. Ancak pozitif bir ortamda çalışan bir ekip verimli olabilir.

Ekip ruhuna sahipseniz, her meslekte başarılı olursunuz!

ECo-C İntComm Sertifikası ile hem iş hayatınızda hemde özel yaşantınızda sosyal yeteneklerinizi belgeleyebilirsiniz.

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Ekip çalışması

Anlamı

Ekip çalışması iki veya daha fazla kişiden oluşur ve aynı hedefe ulaşmak için beraber çalışılır.

Önceden gerekli olanlar

- n hedef belirleme
- n mantıklı iş dağıtımı
- n bilgi ve yetkilerin dağıtımı
- n potansiyelleri doğru kullanın
- n ekip çalışanlarının birbiri ile görüşmesini sağlayın
- n çalışanların isteklerini önem verin
- n değişik görüş açılarını pozitif kullanın
- n Olası anlaşmazlıkları zaman kaybetmeden çözün

Genel koşullar

Ekip çalışmalarının önem ve değerini biliyorsunuz. Bunun için bir takım koşullar vardır:

- n 7 - 10 kişiden oluşan ekipler
- n çalışanların işleri için sorumluluk almaları önemlidir
- n kararlar ekip arasında zaman kaybetmeden verilir
- n kalite kontrol ve ürün kontrolü ekip tarafından yapılır
- n çalışanların birbiri ile görüşmeleri önemlidir
- n ekip lideri ekibi yönetir
- n ekip lider ekip oluşumunda söz hakkına sahiptir
- n ekip ruhu

ECo-C İntComm

Kategori

Bilgi alanı

Bilgi / Yeterlik / Beceri

Ekip çalışması için ihtiyaç olanlar

Ekip çalışması yapmak için bir takım ihtiyaçlar vardır:

- sessiz ve rahat çalışma odaları
- aydınlatma ve gözü yormayan ışıklar
- çalışanların odaları birbirine yakınlığı
- görselleştirme yapmak için imkanlar
- İletişim ve bilgi yolları kısa olmalı

Genel prensip

Ekip çalışmalarının genel prensiplerini tanıyorsunuz

- her çalışan eşit haklara sahiptir
- ekip çalışmalarının avantajları yüksektir
- ekip çalışması gereken projeleri seçin
- çalışanların biribiri ile görüşmesi önemlidir

İş verenler için avantajlar
İş verenin aşağıdaki özelliklere sahip olması gerekir

çalışanların başarılı ekip çalışmaları yapmaları, iş verenler içinde bir avantajdır

(pozitif düşünme ve ekibe destek)

- çalışanlarına güvenmek
- yeni fikirlere açık olmak
- yeni riskler almak
- çalışanları motive etmek ve desteklemek

(tecrübeli yönetim)

- ekip ruhuna sahip olmak
- eşitliğe önem vermek
- yeterli personel çalıştırmak
- işçilerin fazla çalışmamasını sağlamak
- başarılı işçileri övmek

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
	(sorumluluk sahibi yönetim)	<ul style="list-style-type: none"> n ne az ne çok ilgilenmek - iyi yönetmek n yol göstermek n hedefleri mantıklı seçmek n ekibe destek olmak n çalışanları ile birlik içinde olmak
	(ekibi ile ilgilenen yönetim)	<ul style="list-style-type: none"> n çalışanları ile tek tek ilgilenmek n arka planda kalan çalışanlara kendini gösterme şansı vermek n her çalışana söz hakkı vermek
	(sorumluluk alan yönetim)	<ul style="list-style-type: none"> n iş dağıtımını mantıklı bir şekilde yapmak n çalışanlara sorumluluk vermek
	(iyi organize edilmiş yönetim)	<ul style="list-style-type: none"> n düzenli iş akışı sağlamak n iş yerindeki rahat atmosferi korumak
	(sorunsuz bilgi akışına dikkat eden yönetim)	<ul style="list-style-type: none"> n işçiler arasında düzgün bilgi akışı olmasına dikkat etmek
	(açık iletişime önem veren yönetim)	<ul style="list-style-type: none"> n işçiler arasındaki diyalog ve tecrübe alışverişine özen göstermek n istek ve arzularını dile getirmek n sorum çözümüne katkıda bulunmak
	İş verenler için avantajlar	<p>İş verenler için doğru organize edilmiş ekip çalışmasının avantajlarını biliyorsunuz</p> <ul style="list-style-type: none"> n yenilere açık olmak n değişime açık olmak n sorunları daha çabuk ve etkin şekilde çözmekdaha çok bilgi ve yaratıcılık n daha verimli çalışma n mehr Effizienz und Effektivität

EC_o-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
Ekip kurma pro- sesi	Ekip dizaynı	Ekip çalışması için düzgün şekilde iletişim kurulmasının önemini biliyorsunuz
	Ekip çalışması standartları	Her ekibin değişik karakterlerden oluştuğunu biliyorsunuz. Her kişinin kendine göre güçlü veya zayıf noktaları vardır. Bunları ekibe lider seçerken bir avantaj olarak kullanabilirsiniz. (eylem odaklı, iletişim odaklı, bilgi odaklı) Birbirlerine hem destek hemde sorun çözümünde ortak kararlar verilmesi önemlidir.
Düzensiz- likler & anlaşmazlıklar	Ekip çalışmasında düzensiz- likler	Ekip çalışmalarında bazen düzensizlikler oluşabilir <ul style="list-style-type: none"> n yetkinsizlik n ekip tarafından baskı n çok fazla rutin n Kişilik- , makam- , karar alma- veya iletişim sorunu n anlaşmazlıklar n konulara değişik bakış açıları n zaman veya performans sorunu n çalışma alanı ile ilgili sorunlar n işçiler arasında yanlış anlaşılmalara
	Bu sorunlara karşı tedbirler	<ul style="list-style-type: none"> n anlaşmazlıkları kolay çözmek için eğitim n ekip ruhunu güçlendirici eğitimler n doğru tepki vermeyi öğrenmek n ekip koçu
	Ekip arasında sorunlar	<ul style="list-style-type: none"> n ekip lideri kabul edilmiyor n ekip lideri sorumluluğu taşıyamıyor n ekip içinde küçük ekipler oluşuyor n ekip içinde kıskançlık veya rekabet oluşuyor n motivasyon eksiliyor n ekip ruhu kayboluyor

ECo-C İntComm Tartışmaları çözme

“Sorunları görmezden gelerek çözemeyiz” (Winston Charchill)



Tartışmayı bir şans olarak görün

Hayatın bir parçası olan tartışmalar bazen kaçınılmaz oluyor. Tartışmasız bir hayat düşünmek aslında çok gerçekçi değildir.

ECo-C İntComm Sertifikası ile hem iş hayatınızda hemde özel yaşantınızda sosyal yeteneklerinizi belgeleyebilirsiniz.

ECo-C IntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
Anlaşmazlıkları çözme yöntemleri	Bir anlaşmazlık nedir?	İki kişi, gruplar veya milletler arasında anlaşmazlığın ne olduğunu biliyorsunuz. Görüşlerin ve bakış açılarının birbiri ile uyuşmamazlığına anlaşmazlık denir.
Anlaşmazlıkların seviyeleri	„Eskalations-Modell“ (Kızgınlık veya çatışma örneği)	F.Glasl tarafından araştırılmıştır Glasl tarafından araştırılmıştır bu örnek anlaşmazlık süresini detaylıca anlatmak için yardımcı olabilir.
Anlaşmazlıkların seviyeleri	„Eisberg Modell“ (Buzdağı Modeli)	Anlaşmazlıkların değişik seviyelerini tanıyor ve açıklamasını yapabiliyorsunuz Konu içeriği seviyesi (rasyonel ve açık) İlişki seviyesi (duygusal ve genelde açıkça görülmeyen)
Anlaşmazlık düzeyleri	Anlaşmazlıkların değişik düzeyleri ve formları vardır:	İki kişinin belirlediği hedefler uyuşmuyor
	hedef - anlaşmazlıkları	iki kişinin seçtiği çözüm yolları uyuşmuyor
	çözüm yolu - anlaşmazlıkları	bir iş yerinde dağıtılan malzeme vs. gibi şeylerin dağıtımını anlaşmazlık çıkarabilir
	dağıtım - anlaşmazlıkları	duygusal bağlantı olan iki kişinin anlaşmazlıkları
	ilişki - anlaşmazlıkları	İki kişinin farklı ihtiyaçlara değer vermesinden kaynaklanan anlaşmazlıklar
	Algılama – anlaşmazlıkları	Bakış açılarının, fikirlerin, algıların uyuşmadığı için çıkan anlaşmazlıklar

ECo-C IntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
	Rol - anlaşmazlıkları	3 tür vardır: <ul style="list-style-type: none"> n bir kişi ona verilen rolden memnun değil n bir kişinin seçtiği rol başkaları tarafından kabullenmiyor n iki veya daha fazla kişi bir rol için rekabet içine giriyor
	çimizdeki - anlaşmazlıklar	n kararlarımızı verirken çimizdeki seslerin uyuşmamazlığı
Sınıflandırma	Sınıflandırma	Anlaşmazlıkları sınıflandırmak mümkündür
	çiftler arası anlaşmazlıklar	kişilik- anlaşmazlığı gelişme - anlaşmazlığı rekabet – anlaşmazlığı
	Üçgen anlaşmazlıklar	kıskançlık- anlaşmazlığı koalisyon- anlaşmazlığı delegasyon- anlaşmazlığı
	Gruplar arası - anlaşmazlıklar (4 veya daha fazla kişi)	gruplaşma - anlaşmazlığı dahillik - anlaşmazlığı yönetim - anlaşmazlığı teritoryal - anlaşmazlık
Güncel anlaşmazlık	Sebepler	Anlaşmazlıklar güncel ve doğaldır. Hem özel hemde iş hayatında, nerde ve ne zaman olursa olsun değişik görüş açıları ve uyuşmayan fikirlerden dolayı yanlış anlaşılma veya anlaşmazlıklar oluşabilir. Bu yanlış anlaşmaları ne kadar çabuk çözebilirseniz o kadar iyidir.

ECo-C İntComm

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
Anlaşmazlıkların sebepleri	İş hayatında anlaşmazlıkların oluşma nedenleri	Anlaşmazlıklara genel olarak sebep olan nedenleri tanıyorsunuz: <input type="checkbox"/> yetersiz iletişim <input type="checkbox"/> güç rekabeti <input type="checkbox"/> yükselme şansının olmaması <input type="checkbox"/> maaş yetersizliği <input type="checkbox"/> yetersiz iş memnuniyeti <input type="checkbox"/> kötü çalışma ortamı
	değiştirme süreci	<input type="checkbox"/> performans baskısı <input type="checkbox"/> bazı alışkanlıkların ani değişimi <input type="checkbox"/> tanınmayandan korku
	çelişkilerin uyumsuzluğu	<input type="checkbox"/> değişik karakterlerin ekip çalışması için bir araya gelmesi gerek <input type="checkbox"/> hedeflere hızlı ulaşılması gerek - bazen yetersiz personelle <input type="checkbox"/> sorumluluk alınması gereken konularda bazen geri planda kalanlar işçilere sorumluluk verilmesi gerekir.
	Güç isteği	<input type="checkbox"/> Kimin sözü kime geçer? <input type="checkbox"/> Kimin daha fazla hakları, yetkileri veya imkanları var?
	Başarı baskısı	<input type="checkbox"/> hayat ve kariyer rekabeti <input type="checkbox"/> kıskançlık ve güç oyunları <input type="checkbox"/> entrika, dedikodu, boykot ve rekabet
	Human Factor	<input type="checkbox"/> yanılma <input type="checkbox"/> yanlış anlaşılma <input type="checkbox"/> arızalar <input type="checkbox"/> hatalardan korku <input type="checkbox"/> kişisel sorunlar <input type="checkbox"/> kişisel değerler

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
Tartışma oluşumu	Tartışma işaretleri	<p>Bir tartışmanın kızıştığını aşağıdaki sinyaller ile belli olur:</p> <ul style="list-style-type: none"> n Agresifleşme ve öfke n Sözlü saldırı n İlgisizlik n İsteksizlik ve direnç n Anlayışsızlık ve inatçılık n Kaçış n Aşırı uyumluluk
Tartışma davranışları	anında davranış türleri	<p>3 ayrı tartışma türü vardır</p> <ul style="list-style-type: none"> n Mantıklı – objektif n Duygusal n İlişki odaklı
	Mantıklı – objektif davranışlar	Tartışmayı uzaktan takip etmek, mantıklı düşünceler, düşünmeden konuşmamak
	Duygusal davranışlar	titreyen eller, ses tonu yüksek, hızlı nefes alıp verme, öfke, kendini tutamamak, söylediklerini kontrol etmiyor
	İlişki odaklı davranışlar	ortak bir çözüm bulmak için uğraş, bu istek bazen kendisinin kaybetmesine sebep olur
	Tartışmayı farklı algılamak	Yaşanan tartışmayı olduğundan daha farklı algılamak

ECo-C İntComm Diversity

Kategori	Bilgi alanı	Bilgi / Yeterlik / Beceri
Diversity / Çeşitlilik	Çeşitliliğin temelleri	“Diversity” yani çeşitlik ne anlama geliyor biliyorsunuz Gardenswartz ve Rowe’nin geliştirdiği “4 layers of diversity” modeli “4 layers of diversity” modelini tanıyorsunuz ve bu araştırma hakkında bilgiye sahipsiniz.
	Diversity faktörleri	Kişilik İç boyut Dış boyut Organizasyon boyutu

Notlar:



ECo-C®

European communication certificate®
www.eco-c.eu

Başarıya giden yol

BIGILENMEK

Eco-C Eğitim Merkezinden aşağıdaki bilgileri alabilirsiniz:

- n Analiz kontrol
- n Kurslar ve eğitimler
- n Eco-C sertifikası

ÖĞRENMEK

Kurslara hazırlanma eğitimlerini hem Eco-C ister eğitim merkezlerinde, ister kendiniz çalışarak hazırlanabilirsiniz.

POZITIF

Bilgilerinizi ECo-C Sertifika sınavı ile belgeleyebilirsiniz. Aynı zamanda ECo-C Card ve ECo-C Sertifikası elde edeceksiniz.

ECo-C Europe
Kärntnerstraße 4
A-1010 Wien

www.eco-c.eu
office@eco-c.eu

